



WP1: FORBRUGERNES HOLDNING TIL KONSERVERING MED BÆR OG URTER

HOVEDKONKLUSIONER FRA FOKUSGRUPPER

PERNILLE HAUGAARD
MAPP, INSTITUT FOR MARKETING & ORGANISATION,
AARHUS SCHOOL OF BUSINESS & SOCIAL SCIENCES,
AARHUS UNIVERSITY



AGENDA

- Formålet med den kvalitative undersøgelse
- Metode
- Rekruttering af deltagere
- Resultaterne fra fokusgrupperne

FORMÅL

- At undersøge forbrugernes holdning til konservering med bær og urter
- At klarlægge forbrugernes købsintention af kødprodukter og -pålæg konserveret med bær og urter
- Liste med acceptable bær og urter
- Reaktioner på forarbejdningsform af bær og urter
- Reaktioner på kødproduktets udseende

METODE

- Kvalitativ metode – 3 afholdte fokusgrupper (21 deltagere)
 - › Afdækker spontane og underliggende reaktioner samt reaktion på hinandens kommentarer
- Rekrutteringskriterier (Bloor et. al, 2001)
 - › Økologiske medium-users
 - › Alder 18-60 år (18-32, 33-44, 45-60 år)
 - › Køn
 - › Bosted (Provins/land vs. storby)
 - › Børn
 - › Ingen vegetarer eller lignede
- Spørgeguide
 - › Beslutningsprocesmodel: (Lavidge & Steiner, 1961) forklarer de trin forbrugerne går igennem før køb af et produkt.
 - › Kendskab=>Viden=>Positiv holdning=>Præference=>Køb

DELTAGERNE

- Medium-users af økologiske varer
 - › Skal svare købes "af og til" eller "ofte", "hver gang" eller altid til min. 2 kategorier
- Generelle holdninger til økologi
 - › Køber økologi pga. ideologi, smag, udseende, variation, færre tilsætningsstoffer, dyrevelfærd
 - › Ingen er fanatiske – de vil hellere købe friske varer frem for økologi
 - › Økologiske kødprodukter og -pålæg er det der sjældnest indkøbes mest pga. smalt udbud og højere pris

Alder	Køn	Økologiske mejeriprodukter	Økologisk frugt og grønt	Økologisk brød, mel eller gryn	Økologisk kød eller kødpålæg	Århus	Børn	Børns alder
19	Kvinde	Hver gang	Ofte	Aldrig	Aldrig		nej	
20	Kvinde	Hver gang	Ofte	Ofte	Ofte		Nej	
28	Kvinde	Ofte	Ofte	Af og til	Hver gang		Nej	
23	Kvinde	Ofte	Sjældent	Af og til	Af og til		Ja	2
27	Mand	Hver gang	Ofte	Af og til	Sjældent		Nej	
31	Kvinde	Ofte	Ofte	Hver gang	Af og til		Ja	4, 6
37	Kvinde	Ofte	Af og til	Sjældent	Af og til		ja	1, 4, 7
37	Kvinde	Ofte	Ofte	Ofte	Af og til		Ja	1, 2
43	Kvinde	Af og til	Sjældent	Af og til	Af og til	Ja	ja	17
42	Kvinde	Hver gang	Af og til	Ofte	Ofte		Ja	12, 19
44	Kvinde	Ofte	Ofte	Ofte	Af og til		Ja	14,17,19
44	Kvinde	Ofte	Af og til	Af og til	Af og til		Ja	7, 11
36	Mand	Af og til	Ofte	Af og til	Ofte		Ja	1,4
44	Kvinde	Hver gang	Ofte	Ofte	Ofte		Ja	14, 17
40	Kvinde	Ofte	Af og til	Af og til	Af og til		Ja	8, 12
58	Kvinde	Af og til	Af og til	Sjældent	Sjældent		Nej	
53	Kvinde	Ofte	Ofte	Af og til	Sjældent	Ja	Ja	15
57	Kvinde	Af og til	Ofte	Ofte	Sjældent		Nej	
57	Kvinde	Af og til	Aldrig	Af og til	Sjældent		nej	
53	Kvinde	Af og til	Af og til	Sjældent	Sjældent		Nej	
46	Kvinde	Hver gang	Sjældent	Hver gang	Af og til		Nej	

KONSERVERING GENERELT

- › Flere af informanterne går op i **konservering** mht. tilsætningsstoffer og E-numre
 - › Informanterne går derimod ikke meget op i den anvendte **konserveringsteknik**
 - › Usikkerhed omkring egen viden omkring økologiske konservering
 - › Konceptet **økologi** er vigtigere end den konkrete konserveringsteknik - stor tiltro til specielt danske økologiske varer
- › *Hvis jeg vælger økologisk pålæg, så er det jo fordi, der ikke er så mange tilsætningsstoffer i og det skal jo konserveres på en eller anden måde. Så er det sådan med økologisk pålæg, der er der ofte meget færre tilsætningsstoffer i, så det virker som et mere ægte produkt. Hvordan det så er konserveret er måske knap så vigtig for mig (citater fra fokusgruppe).*

KONSERVERING MED BÆR OG URTER

- Hvordan blev konserveringsteknikken med bær og urter forklaret til deltagerne?
- Generel **positiv** holdning
 - › Oprindelig, naturlig, sundere, renere produkt
- Skepsis
 - › Er det muligt? Overdosering? Hvorfor er det ikke gjort før?
- **Harmonerer** med økologi og økologiske produkter

Det lyder utroligt! Lægger op til spændende eksperimentering med smagsvarianter. Bær og urter er sundt -> økologisk konservering = sundt. (Mette)

Umiddelbart lyder det godt. Det er naturlige/rene produkter. Men urter og bær kan jo også være "giftige", selvom de er "naturlige". (Susanne)

Det synes jeg lyder rigtig godt. Mindre giftstoffer er da et plus, efter min mening er det den rigtige vej at gå. (Jette)

KONKRETE BÆR OG URTER

- Langt de fleste bær og urter er **acceptable**
 - › Svært at tage stilling til de konkrete bær og urter før de har smagt dem i et reelt produkt og i hvilke mængder de tilsættes produkterne
- Ved visningen synes de fleste bær og urter indbydende – krydderurter er lettere at acceptere end bær
- Tranebær, timian og hvidløg accepteres af samtlige
- Pebermynte og havtorn accepteres af færrest og urter

BÆR & URTER	Accepteret (# informanter)	Ikke accepteret (# informanter)	I tvivl (# informanter)
Tranebær	21		
Timian	21		
Hvidløg	21		
Tyttebær	20		1
Rosmarin	20	1	
Chili	20		1
Oregano	19		2
Salvie	19		2
Solbær	18		3
Sar	18		3
Ribs	17		4
Blåbær	17	2	2
Peberrod	17	3	1
Aronia	16	1	4
Ramsløg	16	1	4
Rarbarber	14	2	5
Kommen	13	5	3
Humle	11	3	7
Havtorn	8	3	10
Pebermynte	7	7	7

VALGKRITERIER V/KØB AF PÅLÆG

- **Smag**
 - › Smagen af bær og krydderurter afgørende
 - › Usikkerhed omkring hvor meget smagen bliver påvirket
 - › Nye spændende smagsvarianter
 - › Må gerne smage anderledes
 - › Smagen af bær og urter kan blive for gennemtrængende
- **Udseende**
 - › Udseende er mere vigtig end at varen er økologisk
 - › Adskiller sig => forbrugerens accept vil tage længere tid

FORARBEJDNINGSFORM

- Forarbejdningsform kan der umiddelbart ikke tages stilling til - det er op til producenterne at vurdere => DOG INGEN BARRIERER
- Synlige vs. ikke synlige bær og urter er der **delte præferencer** for
- Hvis produktet skal markedsføres til børn (og mænd) bør der ikke anvendes synlige bær
- Enkelte ville føle sig **snydt**, såfremt der ikke er synlige bær og det står på emballagen

ILLUSTRATION 1

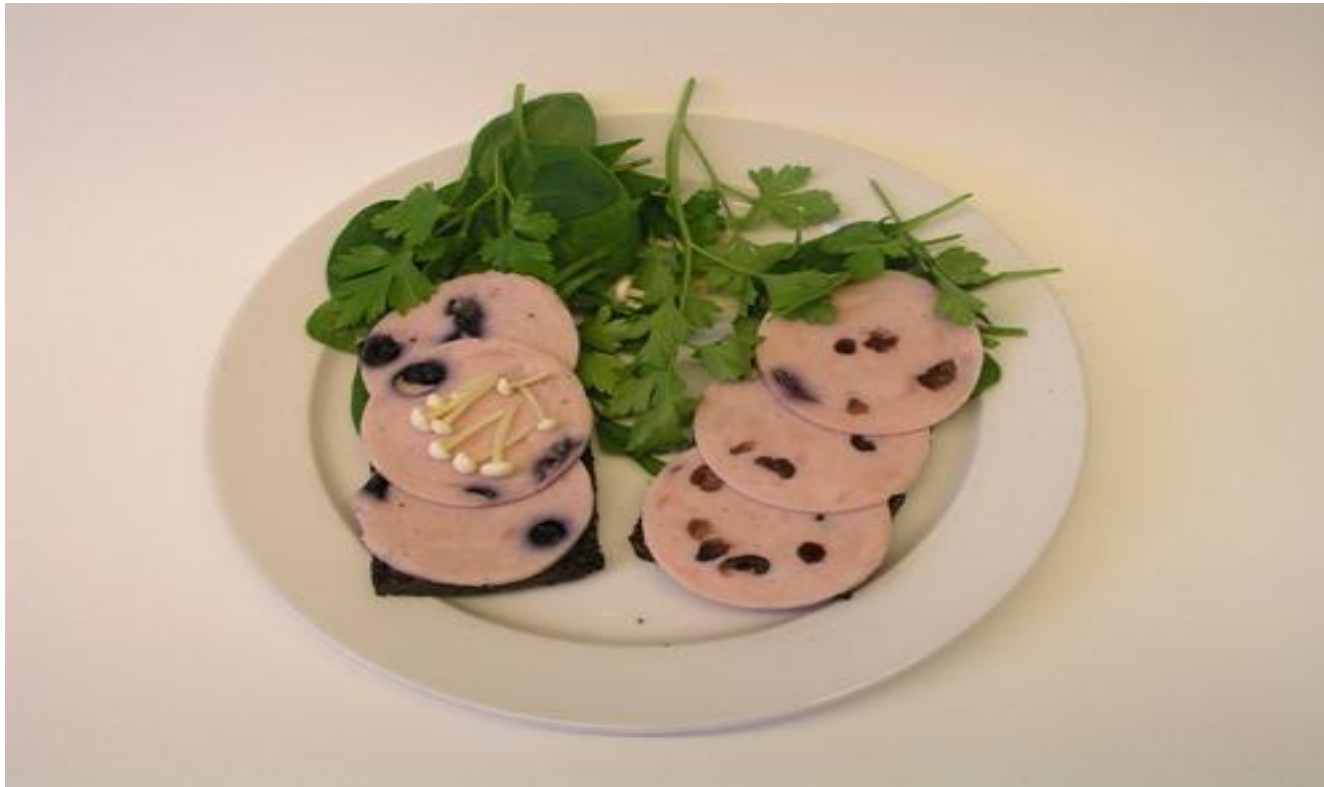
FARVEÆNDRING ER ACCEPTABEL
- GRÅLIGT SKÆR KAN ASSOCIERES MED FORDÆRV



ILLUSTRATION 2

HELE SYNLIGE BÆR? – DELER FORBRUGERNE

- BÆRSAFT LØBER UD I KØDET => VIRKER IKKE FRISK OG APPETITLIGT



FREMTIDIG KØBSINTENTION

- Høj købsintention; alle giver udtryk for at ville købe de nye produkter
- Smagen er afgørende for genkøbs sandsynligheden
- Enkelte informanter ville betale mere => ingen klar konklusion

For at opnå succes:

- Bred distribution i detailhandlen
- Information på emballagen
- Er det sundere?

OPSUMMERING

- Forbrugerne har en **positiv holdning** til konceptet, *at konservere med bær og urter*, selvom deres involvering i konserveringsteknikker er ikke ret høj.
- Der er en **villighed til at købe produkterne**, hvor udseendet er vigtig
- Genkøb vil primært afhænge af smagen
- **Forarbejdningsform** af bærerne og urterne er mindre væsentlig
- Tranebær, timian og hvidløg = accepterede
- Havtorn og pebermynte = mindst accepterede